

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PASIEN DI KLINIK RUMAH ZAKAT YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY FOR REVISIT INTENTION WHICH IS MEDIATED
BY PATIENT SATISFACTION IN RUMAH ZAKAT CLINIC OF YOGYAKARTA***

Triana Helmawati, Siti Dyah Handayani

Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

Email: helma_w3@yahoo.com

ABSTRAK

Klinik Rumah Zakat Yogyakarta merupakan suatu bentuk penyaluran dana zakat dalam program pelayanan dan pemberdayaan kesehatan yang dilaksanakan oleh Yayasan Rumah Zakat Indonesia. Data angka kunjungan ulang klinik selama 3 tahun terakhir menunjukkan jumlah pasien yang kembali menggunakan layanan Klinik Rumah Zakat masih sedikit sehingga kajian tentang kualitas layanan, kepuasan pasien dan seberapa besar minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang menjadi sangat penting dilakukan untuk perbaikan dimasa depan. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan rancangan penelitian tanpa perlakuan (observasional) analitik melalui pendekatan cross sectional. Populasi penelitian adalah semua pasien rawat jalan berstatus pasien umum. Jumlah sampel 118 orang. Uji analisis menggunakan regresi bertahap dan uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien adalah ketanggapan/*responsiveness* dan empati/*empathy*, sedangkan dimensi bukti fisik/*tangible*, keandalan/*reliability*, dan jaminan/*assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Kepuasan pasien berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang. Kepuasan pasien menjadi mediator parsial antara dimensi kualitas layanan berupa bukti fisik/*tangible*, keandalan/*reliability*, ketanggapan/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, dan empati/*empathy* terhadap minat kunjungan ulang. Berdasarkan paparan diatas, dapat

disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi oleh kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien, Minat Kunjungan Ulang

ABSTRACT

Rumah Zakat Clinic of Yogyakarta is a form of zakat funds in the health service and empowerment programs conducted by Indonesian Rumah Zakat Foundation. The rate of the clinic re-visit for the last 3 years data indicates the minimal amount of the re-visit patient, so that the study of service quality, patient satisfaction, and how much interest the patient to revisit is very important for future improvement. This research is a quantitative research which design with no treatment (observational) cross sectional analytic approach. The population study was all the outpatients that were in general patient status. The number of samples are 118 people. The analysis test use gradual regression test and mediation test with Sobel test. The dimensions of service quality that influence the patient satisfaction are the responsiveness and empathy, while the dimensions of tangible, reliability, and assurance have no effect to the patient satisfaction. Patient satisfaction directly affects the re-visit interest. Patient satisfaction becomes the partial mediator between the service quality dimensions namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy to the re-visit intention. There is an effect on service quality to the re-visit intention mediated by the patient satisfaction at clinic Rumah Zakat Yogyakarta.

Keywords: Service Quality, Patient Satisfaction, Revisit Intention

PENDAHULUAN

Pada tahun 2004 terdapat 1246 unit rumah sakit di Indonesia, jumlah ini naik 10,11% menjadi 1372 unit pada tahun 2008. ⁽¹⁾ Banyaknya rumah sakit yang berdiri merupakan bentuk persaingan di bidang industri kesehatan yang tak terelakkan dalam hal sistem pembiayaan, kualitas pelayanan, keunggulan produk, teknologi dan inovasi di bidang pelayanan medis. ⁽²⁾ Kondisi masyarakat yang dinamis, perekonomian cukup dan kemudahan mengakses informasi turut mempengaruhi pasien dalam menentukan pilihan tempat pelayanan kesehatan. ⁽³⁾ Beberapa fenomena diatas selayaknya dijadikan bahan evaluasi bagi manajer untuk mengembangkan perusahaan agar mampu bersaing di masa depan.

Klinik Rumah Zakat Yogyakarta merupakan bentuk penyaluran dana zakat dalam program pelayanan dan pemberdayaan kesehatan yang dilaksanakan oleh Yayasan Rumah Zakat Indonesia. Data angka kunjungan ulang klinik selama 3 tahun terakhir menunjukkan jumlah pasien yang kembali menggunakan layanan klinik masih sedikit sehingga kajian tentang

kualitas layanan, kepuasan pasien dan seberapa besar minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang menjadi penting dilakukan untuk perbaikan dimasa depan.

Kualitas didefinisikan sebagai ukuran relatif kebaikan. Kualitas produk/jasa adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk/jasa dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan. ⁽⁴⁾ Dimensi generik yang digunakan oleh pelanggan untuk mengevaluasi kualitas layanan yaitu: *tangible* meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi; *reliability* meliputi kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan, dan akurat; *responsiveness* meliputi kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan *prompt* pelayanan; *assurance* meliputi kepercayaan, kejujuran, kebebasan dari bahaya, resiko atau keraguan, memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan, kesopanan, rasa hormat, pertimbangan, dan keramahan personel

layanan; *empathy* meliputi mudah didekati dan dikontak, mendengarkan pelanggan, menjaga agar mereka terinformasikan dalam bahasa yang bisa dimengerti, membuat upaya untuk mengenali pelanggan dan kebutuhan mereka. ⁽⁵⁾

Kepuasan adalah perasaan senang/kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang ditawarkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, dan sebaliknya. ⁽⁶⁾ Manfaat terciptanya kepuasan pelanggan antara lain hubungan antar perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis serta memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang. ⁽⁷⁾

Minat beli merupakan bagian dari loyalitas sikap yang dapat ditindaklanjuti dengan perilaku pembelian ulang. Loyalitas sikap dibangun berdasarkan karakteristik komitmen dan minat beli. ⁽⁷⁾ Loyalitas adalah kondisi dimana pelanggan memiliki sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen terhadap suatu merek dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa datang (minat beli ulang). Dalam

konsep lain, loyalitas berkembang menjadi tiga tahapan yaitu kognisi, afektif, konasi. Minat beli ulang ada pada tahapan loyalitas afektif, dimana pada tahap ini sikap yang muncul dari kognisi awal pembelian (masa sebelum konsumsi) sangat dipengaruhi oleh faktor kepuasan (masa setelah konsumsi) yang menimbulkan kesukaan dan menjadikan objek sebagai preferensi, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi niat pembelian ulang di masa depan. ⁽⁸⁾

Beberapa penelitian kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang menggunakan modifikasi metode *ServQual* dalam bidang kesehatan yaitu penelitian yang telah dilakukan Lim & Tang (2000), Choi *et al.* (2004), Ramsuran-Fowder (2005), Alrubaei & Alkaa'ida (2011). Adapun penelitian tentang minat beli ulang pernah diteliti oleh Ahmed *et al.* (2010) dan Hellier PK (2002). Minat kunjungan ulang diposisikan sebagai variabel dependen, sedangkan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sebagai anteseden bagi minat kunjungan ulang. ⁽⁹⁾, ⁽¹⁰⁾ Selain menjadi anteseden, kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan

pelanggan kemudian akan mempengaruhi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian selanjutnya. ^{(11), (12), (13)}

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh dimensi keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh dimensi ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh dimensi jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
5. Bagaimana pengaruh dimensi empati (*empathy*) terhadap kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan pasien terhadap minat kunjungan

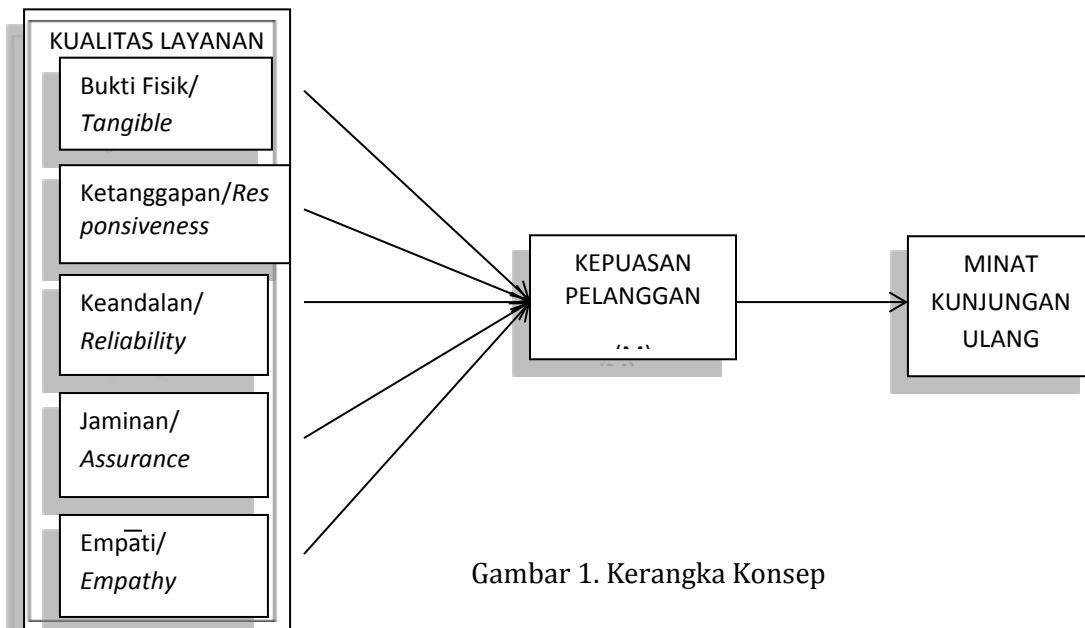
ulang di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?

7. Bagaimana pengaruh dimensi bukti fisik (*tangible*) terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
8. Bagaimana pengaruh dimensi keandalan (*reliability*) terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
9. Bagaimana pengaruh dimensi ketanggapan (*responsiveness*) terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
10. Bagaimana pengaruh dimensi jaminan (*assurance*) terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?
11. Bagaimana pengaruh dimensi empati (*empathy*) terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta?

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,

empathy terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien

di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta.



Gambar 1. Kerangka Konsep

BAHAN DAN CARA

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan rancangan penelitian tanpa perlakuan (observasional) analitik melalui pendekatan *cross sectional*. Populasi penelitian adalah semua pasien rawat jalan berstatus pasien umum. Jumlah sampel 118 orang yang diambil secara *convenience sampling*. Instrumen penelitian kualitas layanan dan kepuasan pasien menggunakan kuesioner yang diadopsi dari penelitian Alrubae & Alkaa'ida (2011) dan instrumen minat kunjungan ulang juga berupa kuesioner yang diadopsi dari penelitian Cronin dan Taylor (1992).

Pelaksanaan penelitian dilakukan selama periode Juni-September 2012 di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta dengan membagikan kuesioner kepada 124 pasien yang memenuhi kriteria, namun kuesioner yang kembali dan terisi lengkap hanya 118 buah untuk kemudian dianalisis data menggunakan regresi dua tahap dan uji Sobel.

HASIL

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden. Hasil uji validitas menggunakan *Pearson's correlation*

menunjukkan bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid dengan taraf signifikansi 95%, sedangkan uji reliabilitas yang menggunakan *Cronbach's alpha* menunjukkan hasil dimana semua pertanyaan penelitian ini dinyatakan reliabel dengan nilai koefisiensi alphanya $> 0,60$.⁽¹⁴⁾

Karakteristik Responden

Karakteristik responden sebagian besar berjenis kelamin wanita (81,8%), berada di rentang usia produktif 21- 40 tahun (66,1%), jenis pekerjaan terbanyak adalah ibu rumah tangga (39,8%), dan latar belakang pendidikan didominasi oleh pendidikan Sekolah Menengah Atas (32,2%).

Penilaian responden menunjukkan bahwa pasien

memberikan penilaian tertinggi pada dimensi empati, yaitu indikator karyawan bersikap sopan, sedangkan yang terendah ada pada dimensi *tangible* yaitu indikator tata ruang yang baik.

Hasil Analisis Inferensial

Hasil analisis inferensial pada penelitian ini meliputi analisis regresi dua tahap yaitu regresi berganda dan regresi sederhana. Adapun pengaruh mediasi dianalisis menggunakan uji Sobel. Pengujian hipotesis H1 – H5 diuji dengan analisis regresi berganda, sedangkan H6 diuji dengan analisis regresi sederhana. Pengujian hipotesis H7 – H11 menggunakan uji Sobel.

Tabel 1.
Hasil Pengujian Hipotesis (H1-H6) dengan Analisis Regresi Dua Tahap

Hipotesis	H	Standardized Coefficient Beta	t	Sig	Collinearity		Ket.
					Tolerance	VIF	
<i>Tangible</i> → Kepuasan	H1	,056	,537	,592	,138	7,245	Tidak Signifikan
<i>Reliability</i> → Kepuasan	H2	-,011	-,094	,926	,102	9,804	Tidak Signifikan
<i>Responsiveness</i> → Kepuasan	H3	,394	3,643	,000	,129	7,756	Positif Signifikan
<i>Assurance</i> → Kepuasan	H4	,065	,691	,491	,169	5,914	Tidak Signifikan
<i>Empathy</i> → Kepuasan	H5	,442	4,167	,000	,134	7,465	Positif Signifikan

<i>Kepuasan → Minat Kunjungan Ulang</i>	H6	,735	11,68	,000	1,000	1,000	Positif Signifikan
---	----	------	-------	------	-------	-------	---------------------------

Sumber: Data primer 2012 diolah kembali dalam penelitian ini

Berdasarkan tabel 1. analisis regresi berganda diketahui bahwa dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien adalah *responsiveness* (3,643, p=0,000) dan *empathy* (4,167, p=0,000), adapun dimensi *tangible*, *reliability*, dan *assurance* tidak berpengaruh terhadap

kepuasan pasien, yaitu *tangible* (0,537, p=0,592), *reliability* (-0,094, p=0,926), *assurance* (0,065, p=0,491). Sedangkan berdasarkan analisis regresi linier diketahui bahwa variabel kepuasan pasien berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang (11,68, p=0,000).

Tabel 2.
Hasil Pengujian Hipotesis Mediasi (H7- H11) dengan uji Sobel

Hipotesis		Koefisien			Standar error dari koefisien indirect effect (Sp2p3)	Z hitung	Ke t
		Pengaruh Langsung (p1)	Pengaruh Mediasi (p2xp3)	Pengaruh Total p1+(p2xp3)			
<i>Tangible</i> →kepuasan →minat	H7	0,025	0,025	0,025	0,012	6,23	Sig
<i>Reliability</i> →kepuasan →minat	H8	0,011	0,011	0,011	0,012	6,48	Sig
<i>Responsiveness</i> →kepuasan →minat	H9	-0,007	-0,007	-0,007	0,015	6,35	Sig
<i>Assurance</i> →kepuasan →minat	H10	0,011	0,011	0,011	0,0189	6,28	Sig
<i>Empathy</i> →kepuasan →minat	H11	-0,005	-0,005	-0,005	0,021	5,93	Sig

Sumber: Data primer 2012 diolah kembali dalam penelitian ini

Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa kepuasan pasien terbukti signifikan dalam memediasi pengaruh

masing-masing dimensi kualitas layanan dengan minat kunjungan ulang, dimana nilai z hitung *tangible*

($Z_h=6,23$), *reliability* ($Z_h=6,48$), *responsiveness* ($Z_h=6,35$), *assurance* ($Z_h=6,28$), *empathy* ($Z_h=5,93$) lebih besar dari z tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu $\pm 1,96$. Jenis pengaruh mediasinya diketahui dengan melihat koefisien pengaruh langsung variabel X (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*)

terhadap variabel Y (minat kunjungan ulang) tidak menurun sama dengan nol dengan memasukkan variabel M (kepuasan pasien) yang berarti bahwa kepuasan pasien memberi pengaruh mediasi parsial terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan dengan minat kunjungan ulang.

Tabel 3. Uji Model Penelitian

No	Model Penelitian	R	R ²	Adjusted R ²	Stand. Error of Estimate (SEE)	Durbin-Watson (DW)
1	<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy</i>) → Kepuasan	0,912	0,813	0,823	0,314	1,893
2	Kepuasan → Minat Kunjungan Ulang	0,735	0,541	0,537	8,775	1,850

Sumber: Data primer 2012 diolah kembali dalam penelitian ini

Berdasarkan tabel tersebut diketahui besarnya *adjusted R square* pada model pertama 0,823 artinya variasi perubahan kepuasan pasien yang dipengaruhi oleh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* adalah sebesar 82,3%, sedangkan sisanya 17,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Adapun *adjusted R square* yang bernilai 0,537 menunjukkan variasi perubahan minat

kunjungan ulang yang dipengaruhi oleh kepuasan pasien sebesar 53,7%, sedangkan sisanya 46,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Nilai-nilai *adjusted R square* ini mendekati satu (0,823 dan 0,537) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa dimensi *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Hal ini disebabkan karena pasien memahami keterbatasan fasilitas fisik dan sumber dana RS umum/lembaga sosial sehingga mereka menerima pelayanan kesehatan sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Selain itu berdasarkan karakteristik responden, dominasi pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menggambarkan status ekonomi pasien yang sebagian besar berada di kelas menengah kebawah sehingga pasien tidak memiliki ekspektasi berlebih terhadap layanan yang membuat mereka dapat menerima keterbatasan fasilitas fisik kesehatan di Klinik Rumah Zakat.

Dimensi *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien dapat disebabkan oleh dua faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yaitu sikap orang lain dan faktor situasional yang tak dapat diantisipasi. Kedua hal tersebut dapat menimbulkan

pandangan resiko seseorang yang dapat mengubah, menangguk, atau membatalkan pembelian.⁽⁶⁾ Pasien kurang menganggap penting dimensi *reliability* karena ada kebutuhan dan alasan situasional lain yang mereka nilai lebih penting dari dimensi ini yang tetap membuat pasien merasa puas mengakses layanan kesehatan, yaitu kebutuhan berobat, jarak instansi kesehatan lain yang lebih jauh, faktor ekonomi, sosial. Perkembangan penyakit pasien yang makin bervariasi tentunya menuntut penanganan yang lebih spesifik sehingga kebutuhan akan dokter spesialis pun menjadi prioritas utama pengembangan klinik, oleh karena itu ketiadaan dokter spesialis di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta dapat menjadi salah satu penyebab layanan klinik menjadi kurang handal bagi pasien sehingga hasil penelitian berupa dimensi *reliability* ini menjadi tidak signifikan.

Dimensi jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien karena layanan kesehatan merupakan bidang khusus yang tidak dikuasai semua orang, pasien kurang kompeten dalam memberikan penilaian terhadap layanan jasa kesehatan

sehingga hasil penilaian bisa berbeda-beda yang menyebabkan hasil penelitian dimensi ini menjadi tidak signifikan.

Dimensi *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien. Jika dimensi ini meningkat maka kepuasan pasien akan semakin tinggi. Penilaian responden terhadap sikap karyawan merupakan penilaian yang paling tinggi diantara indikator dimensi *responsiveness* yang lain. Hal itu menunjukkan bahwa sikap karyawan yang baik menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan rumah sakit dalam berkompetisi dengan instansi kesehatan lain melalui aspek sumber daya manusia nya, dimana makin baik sikap karyawan maka makin tinggi kepuasan pasien.

Adapun dimensi empati juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien, artinya jika dimensi empati meningkat maka kepuasan pasien pun akan bertambah. Dari kelima dimensi kualitas layanan, dimensi empati merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Pelayanan yang berfokus pada pasien/pelanggan dimana karyawannya dituntut untuk

memiliki sikap empati yang tinggi terhadap pelanggan sangat penting dikembangkan agar pasien selalu merasa diperhatikan serta dilayani kebutuhannya sehingga pasien menjadi puas.

Pada penelitian ini kepuasan pasien berperan sebagai mediator parsial pada masing-masing dimensi kualitas layanan dengan minat kunjungan ulang. Dimensi *tangible* yang berfokus pada pengaturan desain dan tata letak lingkungan yang bersih dan nyaman serta mengutamakan penampilan karyawan yang rapi akan mendukung proses layanan menjadi lebih baik dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pasien. Lingkungan tersebut dapat mempengaruhi respon emosional dan psikis pasien yang kemudian akan mempengaruhi tingkat kesembuhan pasien. Adanya tingkat kesembuhan pasien yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pasien serta meningkatkan minat kunjungan ulang ke rumah sakit yang bersangkutan.

Pengaruh tidak langsung dari dimensi *reliability* terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien bisa terjadi karena setelah melalui tahapan paska

pembelian, pasien mendapatkan layanan sesuai harapannya sehingga mereka merasa puas kemudian dari pengalaman tersebut pasien berminat kembali untuk mengakses layanan serupa. Adanya sikap baik dari karyawan ditambah dengan prosedur layanan yang menurut pasien mudah serta beberapa indikator lain dimensi *reliability* yang saling melengkapi, maka tercapailah sebagian target meningkatkan minat kunjungan ulang ke klinik melalui peningkatan kepuasan pasien terlebih dahulu.

Dimensi *responsiveness* yang meliputi beberapa indikator seperti layanan cepat, pemberian informasi dengan jelas, sikap simpatik karyawan, resep obat terjangkau, karyawan melayani dengan cepat, karyawan cepat merespon, karyawan bersedia membantu dan keramahan petugas administrasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien yang selanjutnya dapat menimbulkan minat kunjungan ulang, artinya ada pengaruh mediasi kepuasan pasien yang memperantarai hubungan dimensi *responsiveness* dengan minat kunjungan ulang.

Adanya penekanan pada interaksi petugas kesehatan dan pasien

dalam membangun kepercayaan pasien terhadap kinerja layanan menjadi aspek penting dari dimensi *assurance* yang dinilai dominan oleh responden dibanding indikator lainnya dari dimensi yang sama. Petugas kesehatan harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang kompeten di bidangnya demi menjamin kualitas layanan kesehatan yang diberikan sudah sesuai standar kesehatan dan mencakup prinsip *pasien safety*, dengan demikian pasien merasa aman melakukan pemeriksaan kesehatan di klinik sehingga dengan sendirinya kepuasan pasien pun meningkat lalu akan menarik minat pasien untuk berkunjung kembali ke klinik. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tidak langsung antara kualitas layanan berupa dimensi *assurance* dengan minat kunjungan ulang yang dimediasi oleh kepuasan pasien.

Penelitian ini juga menemukan adanya pengaruh tidak langsung dari dimensi empati terhadap minat kunjungan ulang yang dimediasi kepuasan pasien. Indikator-indikator dimensi empati merupakan perwujudan dari aspek *intangible* yang menekankan betapa besarnya peran

karyawan dalam menjalin komunikasi efektif terhadap pasien sebagai salah satu cara meningkatkan kualitas layanan. Di lain pihak, dasar dari loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan menjadi input utamanya. Pelanggan yang sangat puas akan berminat melakukan kunjungan ulang. ⁽⁵⁾

KESIMPULAN

Dimensi kualitas layanan yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien adalah dimensi bukti fisik/*tangible*, keandalan/*reliability*, dan jaminan/*assurance*, sedangkan yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien adalah ketanggapan/*responsiveness* dan empati/*empathy*. Variabel kepuasan pasien terbukti berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang. Kepuasan pasien juga berperan sebagai mediator parsial antara masing-masing dimensi bukti fisik/*tangible*, keandalan/*reliability*, ketanggapan/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, dan empati/*empathy* dengan minat kunjungan ulang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Departemen Kesehatan Indonesia, Profil kesehatan Indonesia, Jakarta: Departemen Kesehatan RI; 2008.
2. Asoh R, A Research Model of Health-Care Competition and Customer Satisfaction, *Journal of Health Services Management*, 2007, 20: 244-252.
3. Ernawati & Supriyanto, Pemasaran industri jasa kesehatan, Yogyakarta: Andi Offset; 2010.
4. Wijaya T, Manajemen kualitas jasa, Jakarta: Indeks; 2011.
5. Lovelock, Wirtz, & Mussry, Pemasaran jasa manusia, teknologi, strategi, Jakarta: Erlangga; 2010.
6. Kotler, Keller, Manajemen pemasaran, ed.12, jilid.2, Jakarta: Indeks; 2007.
7. Tjiptono F, Pemasaran jasa, Jatim: Bayumedia Publishing; 2011.
8. Mardalis A, Meraih Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2011; 9(2): h. 111-113.
9. Hellier PK, Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model European, *Journal of Marketing*, 2002, 37(11/12): h. 1762-1800.
10. Kuntjara, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang, Tesis, Semarang: Program Studi Magister Manajemen UNDIP; 2007.
11. Cronin & Taylor, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, 1992, 56: 55-68.
12. Ahmed *et al.*, A Mediation of Customer Satisfaction Relationship

between Service Quality and Repurchase Intentions for The Telecom Sector in Pakistan: A Case Study of University Students, *African Journal of Bussines Management*, 2010, 4(16): h. 3457-3462.

13. Heruani, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang, Tesis, Semarang: Program Studi Magister Manajemen UNDIP; 2001.

